大数据和 AI 技术在新媒体传播渠道中的应用分析

刘艳辉
（松原广播电视台，吉林 松原 138001）

摘　要：当前时期，社会经济与科技日新月异，各行业方兴未艾，新媒体获得了飞速发展，传统媒体的传播方式已然满足不了人们对信息的获取需要，因此，我们需要进一步强化新媒体传播技术。新媒体行业在新发展时期，应对大数据和 AI 技术进行有效应用，创新发展新的传播视角与发展方向，确保新媒体技术的活力，使人们能够更多更好地获得信息，更好推进新媒体产业可持续发展，最终为全国媒体信息产业发展提供助力。鉴于此，文章详细论述了大数据和 AI 技术在新媒体传播渠道中的有效应用，旨在可以为行业人士提供有价值的参考和借鉴，进而更好地为行业的稳定健康发展助力。

关键词：大数据；AI 技术；传播渠道；传播效率；判断鉴别　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）05-070-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.05.020
本文著录格式：刘艳辉．大数据和 AI 技术在新媒体传播渠道中的应用分析 [J]. 中国传媒科技，2022（05）：70-72.

导语

如今，我国社会不断发展，科技持续进步，在此背景下，新媒体已成为人们获取信息资讯的重要途径。随着新媒体技术的持续发展，大数据技术与 AI 技术扮演着十分关键的角色。AI 即为人工智能技术，它主要通过计算机科学、哲学、心理学、语言学等学科模拟人们的思维信息和意识，这样有助于不同领域中对新技术的高级应用。时至今日，AI 包含的知识系统复杂度极高，其能辅助人们去顺利完成更为复杂且多元化的工作，因此，十分有必要进一步去探索研究新媒体传播中对 AI 技术及大数据技术的应用，具有巨大的现实作用。

1. 相关概述

1.1　大数据

研究机构 Gartner 给出了的定义是这样的，“大数据”要求新的处理模式具有更强决策力、洞察力及流程优化能力，适应海量、快速增长和多样化的信息资产。大数据时代中的大数据云计算平台要对来自不同地区、不同类型的数量庞大的信息进行接收。鉴于此，使大数据技术的发展有了更加高的标准和要求，因此，大数据技术未来的发展方向就是对文件储存系统的架构及设计。所以，笔者认为大数据技术的核心技术就是数据的分析能力，由于大数据不但可以对大量的数据进行收集及储存，最关键的一项功能就是可以对有关数据进行处理，从而为行业的发展提供可行的建议及意见。[1]

然而，因数据的庞杂性特点，使其产生了诸多噪音，在一定程度上使数据分析过程被严重干扰。因此，在处理数据时，需要充分考虑各类环境因素，这对大数据处理设备而言，也是一种考验。此外，在时代的持续发展背景下，行业及个人对数据处理有了更高的时效性。随着大数据的发展，也产生了一定的数据安全问题。现如今，各行业人士越来越重视数据的价值，大数据技术同互联网的连接相互依存，因此就易导致用户的数据出现泄漏以及被黑客等攻击。

1.2　AI 技术

AI 技术，又称人工智能技术，主要是人类智能行为的延伸，是一门集生物技术、电子技术等为一体的新兴科学技术，事实上人工智能为计算机技术的一个领域。人工智能是模仿人类的智能和思维方式，开发出与人类智能相似的机器。目前，基于人工智能的可拓技术涵盖了机器人技术、图像识别技术，人工智能的发展中，有着更加广阔的应用领域。在将来相信人工智能会为人们的生活带来更多方便，并成为人脑智慧的延伸，然而，人工智能并非单纯的复制人的行为，在将来会超越人的智力水平。

人工智能包含了十分复杂的知识系统，对人工智能进行研究的有关人士需要熟练掌握计算机知识，并且也要对人脑思考及反应机制、深刻的心理学知识等进行了解。简言之，人工智能的产生刚开始是为了帮助人类完成简单工作，然而，在时代发展下，其能够帮助人类去完成更多元且复杂的工作。[2]

2. 大数据时代 AI 技术在新媒体传播中的应用方向

2.1　数据处理

现今已迈入信息时代，大数据时代的到来在一定程度上提升了新媒体技术在信息处理方面的能力。在数据收集、分析与管理方面，新媒体传播获得了一定的成效，数据事关人工智能技术的发展，数据的质量及数据决定了人工智能发展的水平。将大数据技术与人工智能技术有效应用在新媒体传播领域中，有助于实现新媒体更好的发展。

2.2　图像、语音识别

新媒体传播中，图像和语音识别及人工智能技术的应用对人类视觉、听觉和基本语言能力的模拟手段之间存在一些相似之处。如今，新媒体传播的关键内容就是视频语音，随着智能手机的诞生和发展，这在很大程度上使音视频内容的制作难度降低。语言、图像识别领域中，

人工智能技术扮演着十分重要的角色，在大数据背景下，人工智能技术可以实现与新媒体基础的多维结合。

2.3 机器学习与深度学习

机器学习是人工智能技术领域的一个新内容，也是计算机智能功能的基本保证。在大数据环境下，新媒体环境变得更加复杂。人类自我意识在机器硬件中的应用是一个递归的进化过程，机器学习使计算机能够模拟或实现人类的学习行为。如今，在人工智能技术迅猛发展背景下，经过进一步学习，可使新媒体能进一步满足自身发展需要的所有应用需求，从而进一步促进新媒体技术的发展。

2.4 算法方向

算法为计算机解决问题的一种基本方法，根据不同算法，可把信息分发给不同的受众，这体现了数据积累、维度表示过程。当新媒体受众长时间使用新媒体应用程序浏览内容时，人们可以利用反馈到数据库的信息，更好地完成用户画像内容，在用户量不断增加的基础上，人们可以利用人工智能技术对相似点进行描绘，在为不同受众分群时，可开展群体分发，最后进行智能推荐。

3. 新时期大数据、AI 技术发展现状

新时代，大数据有很强的洞察力及决策力，可与大多数信息资源适应。大数据时代有庞大的信息数量，通过对大数据技术的应用，可全面收集及存储这部分信息资讯，然后进行相应的处理及分析，进而提出高价值的信息，通过这样的方式更好促进行业的发展与进步。然而，大量数据中会有很多的数据噪音存在，继而干扰了数据分析，也不能保证数据处理的准确性，所以，还应进一步完善大数据设备，同时也应提高数据信息的保密与安全性。

除大数据技术外，人工智能技术也是如今非常普遍的一种信息技术，这种技术有效地扩展了人类的智能行为，集成了生物技术、电子技术和其他项目，因此，可将其称之为人工智能技术。事实上，这种人工智能技术是计算技术的延伸，目前，我国人工智能的发展还停留在图像识别技术和机器人上，AI 知识系统存在负载性，想要更好地对人工智能进行研究，则需要对计算机知识进行精通，今天，人工智能不断发展，在此背景下，人工智能帮助人类完成更为危险、多元和复杂的工作内容。[3]

4. 新媒体传播渠道中大数据和 AI 技术的应用

4.1 新媒体传播渠道中大数据的应用

4.1.1 建立健全审核、监督机制

基于新媒体发展现状，信息内容和信息量数量不断增加，而其中不免会有很多不良的信息存在，严重威胁着社会的发展。所以，新媒体行业不但要对传播信息功能进行承担，并挑选正向健康的信息进行传播，从而更好地推进社会信息与舆论朝着健康的方向发展。新媒体应用大数据技术，积极鼓励全民维权，监督社会和大众传媒，特别是对于社会上那些虚假及谣言信息，可在社会舆论下严控那部分为社会带来恶劣影响的信息。如，可将用户举报系统设置在新媒体平台上，用户在浏览新闻之际看到言辞不当的信息，能实时举报，且新媒体平台的后台也能够核查举报信息，若确定被举报用户所发送的信息中有不良信息存在，可应用禁言或永久封号等举措。

新浪微博运行中就设置了用户举报机制，并表扬那部分举报成功的用户，以此对用户的主动性及积极性进行激发，成功将用户的主观能动性进行充分调动，并有效对上报信息进行处理，通过对大数据技术的有效应用，对后台数据进行有效处理，进而更好地实现审核效率的有效提升，这样方可有针对性的合理处理。

4.1.2 完善信息投放机制提升精准性

现如今的社会中，社交媒体作为一类全新的媒体产生并获得了良好的发展，随着新媒体的发展，社交媒体持续增加，并且在信息传播上具有非常重要的作用，然而，诸多社交媒体对无针对性信息进行了投放，最后使得信息投放作用缺失，既使商业价值有所降低，同时也不能更好的促进社交媒体的高效发展。不管哪类新媒体，都有一定的商业价值存在，以此才能在国家市场竞争中得到稳定发展，大数据技术的应用，可以更好地分析社交媒体自身的发展方向，并通过对传播渠道进行扩展，最后成功提升了自身的商业价值。[4]

譬如，一般社交媒体应对用户的基本信息进行收集、处理与分析，然而社交媒体会面对很多用户，应对大量的信息数据进行收集，在对用户进行寻找时，会消耗大量的精力及时间，进而无法确保分析结果，引入大数据技术能够将实际分析工作精准、顺利地完成，进一步对用户信息需求加以明确，最终可充分确保有针对且精准的传递信息。

譬如新闻用户社交网络，经过引入大数据技术分析用户重视的方向，从而使用户得到更多有趣的内容，并对个性化主页进行科学定制，以此实现用户利用率的有效提升，然后将其有效应用在部分商品的购物平台上，此类技术分析有着更为显著的作用，使用户购买与消费概率获得了提升，例如，许多男孩会对电子竞技游戏更加重视，针对于此，便可向其推送一些游戏皮肤与电子竞技器材的购买信息，这样方可从本质上将企业的业务价值与平台实用性进行提升。[5]

4.1.3 对新媒体传播需要进行解读与明确

媒体传播中广泛应用着大数据技术，比如，体育新闻报道，通过和传统精准的新闻报道进行比对，大数据新闻报道能够发现新闻规律和关系，然后立足多层次对数据的挖掘，应用大数据技术，这样可以让信息新闻更加可见，并对新媒体传播本质需求进行深入了解。现如今，社会对新闻精准性与内容可变性有了更高的标准与要求，想要防止不出现信息孤立的状况，体育新闻无法通过数据方式去进行解读，在对体育赛事进行解读与传播的同时，立足人文关怀视角，充分表达信息的具体内容，把传统体育新闻报道和大数据报道进行有效结合，可更好的规避信息传播不全的情况出现，从而使报道更为生动、鲜活，将报道中的人为关怀有效突出出来，最终实现对

读者舆论发展的正确引导。[6]

4.2 改善新媒体传播渠道中 AI 技术的应用举措

4.2.1 通过人工智能提升新媒体传播效率

新媒体发展主要是为用户提供服务的，其能够向用户推荐用户所需的信息，当前，诸多新媒体平台均在尝试着对 AI 技术进行应用，从而更好地推进新媒体平台发展。例如，当前信息平台中的头条新闻，也是利用人工智能技术结合用户需要开展对相应需求内容进行推送的，并且许多如百度等大型平台也对 AI 技术进行了引入。当前时期，尽管有很多漏洞存在于 AI 技术中，且无法得到成熟的发展，然而，强化对 AI 技术的应用可以实现新媒体技术更好的发展，新媒体行业工作效率可通过 AI 技术进行提升，该技术可应用于新媒体的不同工作环节，如，内容制作过程中，人工智能代替一些人工工作，媒体内容在正式编写前，工作人员可通过对人工智能系统的应用搜索关键词，且人工智能也可有效甄别文章中的歧义词汇与错别字，然后加以改正。

比如 vivo 手机，手机拍摄功能之中应用了 vivoX21 将图像魔方技术，手机拍摄中应用了 AI 美颜技术及 AI 逆光自拍技术后，智能手机可保证逆光下亮度的平衡，立足人工智能技术的美容功能，可以从用户区域中的场景灯光和肤色着手，从而让美容方案的针对性更强。[7]

既应提高对内容制作的重视，也应立足数据与内容反馈等方面，进一步强化新媒体传播效率，如今的门户网应用内容分发方式涵盖了：（1）按时间和点击次数的顺序向观众显示信息内容。（2）通过编辑、推荐、选择，向受众展示信息内容。（3）结合用户独立搜索所显示的内容，当人们的兴趣不同于他们想知道的信息时，人们便无法对其所需信息加以确定。

新媒体传播中应用人工智能技术，其管理者可利用人工智能技术对受众行为进行详细记录，并可认真分析受众的行为，从而能根据不同受众对不同的专属图表进行建立。通常，同受众信息检索行为相关的专属图表涵盖了受众地理信息、情感、兴趣等，通过算法分析，运营商可总结用户感兴趣的内容，并优先向用户发布感兴趣的内容，这样不但会有助于提高新媒体信息传播效率，同样也能够使数据反馈中的信息点击、阅读和转发数量提升。[8]

基于新媒体技术特点，新媒体技术领域的核心内容并非为数据采集，我们可以把信息与分析处理视为其中的主要内容。在新媒体传播渠道中应用 AI 技术后，有关人员可按照用户使用的数据，把那些要大力推广的内容放在用户最关心的位置。

4.2.2 应用人工智能对文章内容加以更好地判断与鉴别

在一定程度上，保证内容与要求符合，无重大问题，比如体育新闻，很多球迷会密切关注足球比赛，而通过应用人工智能，它可以保证 24 小时跟踪和报道，以此对用户个性化需求进行更好地满足。

在信息准备与审查阶段外，人工智能也可以发挥巨大作用，除排版、歧义词、内容等，AI 技术中也涵盖了模仿技能，通过该技术的应用能够开展相应的审核，以此减轻员工的压力和审计压力，此外，也能够应用人工智能更好的实现新媒体受众体验的有效提高，确保推荐的产品在充分考虑用户偏好的同时，让用户更加依赖与信任。[9]

4.2.3 AI 技术改善了新媒体受众的应用体验

新媒体受众应用体验同受众阅读方式关系密切，根据受众的阅读偏好和记录等，更好的判断受众群体的偏好，并立足于此，最大程度满足用户阅读需求，从而更好提高用户群体对新媒体的满意度。数据安全和人工智能的准确性将会是未来不容忽视的一个问题。[10]

结语

概而言之，新时代，国家媒体信息行业想要更好地满足国民信息需求，则一定要进行全面发展，这就代表了国家与有关企业一定要对新媒体技术的传播方式进行全面创新与发展。现如今，随着时代与信息技术日新月异的发展，在新媒体行业中，大数据与 AI 技术得以广泛应用，通过应用大数据与 AI 技术，可将新媒体传播效果进行有效提高，然而，想要使用户的体验得以进一步改善，我们依旧要提升对数据信息安全性和人工智能技术精准性的重视。媒

参考文献

[1] 李宇宁 .AI 技术应用于新媒体的未来构想 [J]. 科技传播，2019（10）：109-110.

[2] 张梦鑫 . 浅析人工智能背景下新媒体广告的发展 [J]. 新闻研究导刊，2019（12）：219+238.

[3] 赵一玮 . 人工智能在新媒体中的应用及其发展特征 [J]. 科技传播，2019（17）：113-115.

[4] 金雪，金晓晖 .AI 和大数据对新媒体传播的影响及应用研究 [J]. 新闻研究导刊，2019（18）：40+109.

[5] 赵子蒙 . 大数据和 AI 技术在新媒体传播渠道中的应用分析 [J]. 新媒体研究，2017（22）：26-27.

[6] 侯承 . 大数据和 AI 技术在新媒体传播渠道中的运用探讨 [J]. 科技传播，2018（10）：98-99.

[7] 陈家彦 . 大数据和 AI 技术在新媒体传播渠道中的应用分析 [J]. 传媒论坛，2018（5）：23+25.

[8] 何慧媛，贺俊浩 . 人工智能时代来临，媒体如何创新转型——“人工智能与媒体未来”研讨会综述 [J]. 中国传媒科技，2016（12）：5-12.

[9] 金兼斌 . 人工智能将给传媒业带来什么 ?[J]. 中国传媒科技，2017（5）：1.

[10] 沈浩 . 媒体融合从大数据进入智能时代 [J]. 中国传媒科技，2017（6）：1.

作者简介： 刘艳辉（1978-），女，吉林松原，主任编辑，研究方向：新媒体领域。

（责任编辑：胡杨）